

<<媒介效果基础理论>>

图书基本信息

书名：<<媒介效果基础理论>>

13位ISBN编号：9787301102930

10位ISBN编号：7301102933

出版时间：2007-5

出版时间：北京大学出版社

作者：布赖恩特等

页数：395

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<媒介效果基础理论>>

内容概要

《世纪传播学经典教材英文影印版（第2辑）：媒介效果基础理论》力图用大学生能够理解和掌握的方法，展示媒介效果研究的庞大知识体系，是该领域的理想教材。全书共分三大板块：概览与历史回顾、媒介效果研究的理论与概念、媒介效果研究的重点研究领域。每个部分都有详细的说明和描写，而且有实证研究作为基础。

<<媒介效果基础理论>>

作者简介

詹宁斯·布赖恩特，美国阿拉巴马大学传播学教授、传播研究学院主任，拥有里根资深教授席位。2000年，他荣获该校布莱克蒙—穆迪杰出教授奖并成为国际传播协会主席当选者。

<<媒介效果基础理论>>

书籍目录

前言第一部分 概览与历史回顾第一章 理想媒介效果第二章 媒介效果：一种历史的视角第三章 媒介效果的科学研究史第二部分 理论与概念第四章 社会认知理论第五章 诱因效应第六章 培养理论第七章 创新扩散第八章 使用与满足第九章 议程设置第十章 说服第三部分 重点研究领域第十一章 媒介暴力产生的效果第十二章 媒介中的性内容所产生的效果第十三章 对媒介不良内容、恐怖内容的反应第十四章 新闻效应第十五章 传播的宣传效应第十六章 健康研究中的媒介效果第十七章 广告效应第十八章 以大众为中介的政治传播效果第十九章 少数民族形象的效果第二十章 媒介娱乐效应第二十一章 新传播技术索引

<<媒介效果基础理论>>

媒体关注与评论

大众媒介效果研究有着令人着魔的力量。
——拉扎斯菲尔德，1949年

<<媒介效果基础理论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>